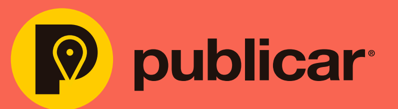
10

TIPS DE POSICIONAMIENTO WEB PARA PRINCIPIANTES



Quiero compartir esta guía

ÍNDICE





INTRODUCCIÓN

Mejorar la visibilidad del sitio web de su empresa es determinante en la nueva sociedad de la información. Constantemente su cliente potencial, está siendo **"bombardeado"** por miles de anuncios. Cada vez es más difícil ser relevante.

Aunque este manual le dará las pautas para empezar, no será lo único que necesita. Es clave que acompañe todo este trabajo con una estrategia de contenidos alineada con objetivos de su empresa.

Esperamos disfrute esta guía y recuerde que todos los comentarios y oportunidades de mejora me los puede hacer a través de mi cuenta de twitter o por medio de las redes sociales de la Comunidad Publicar.

Autor: Juan David Bernal
Comunicador Social y Periodista
@juandbernal




1
PALABRAS CLAVE EN
LOS TÍTULOS DE LAS
SECCIONES
publicar



Soy un Título

Lorem ipsum

diam nonummy nibh euismod tin ut laoreet dolore magna aliquam e Ut wisi enim ad minim veniam, qui exerci tation ullamcorper suscipit ut aliquip ex ea commodo conseq

uat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat

uat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat uat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat

Los títulos de las secciones son la puerta de entrada a la lectura de cualquier contenido. Por eso tenga en cuenta que:

1. Debe incluir la o las palabras clave en el título.

2. Los titulares de su web deben estar orientados a cumplir objetivos específicos de su empresa (es decir: quiénes somos, maneras de donar, voluntariado, compras, catálogo, etc.)

3. Evite generar demasiadas secciones. No piense en que le gustaría incluir a usted sino que información le respondería rápidamente las preguntas a sus visitantes.

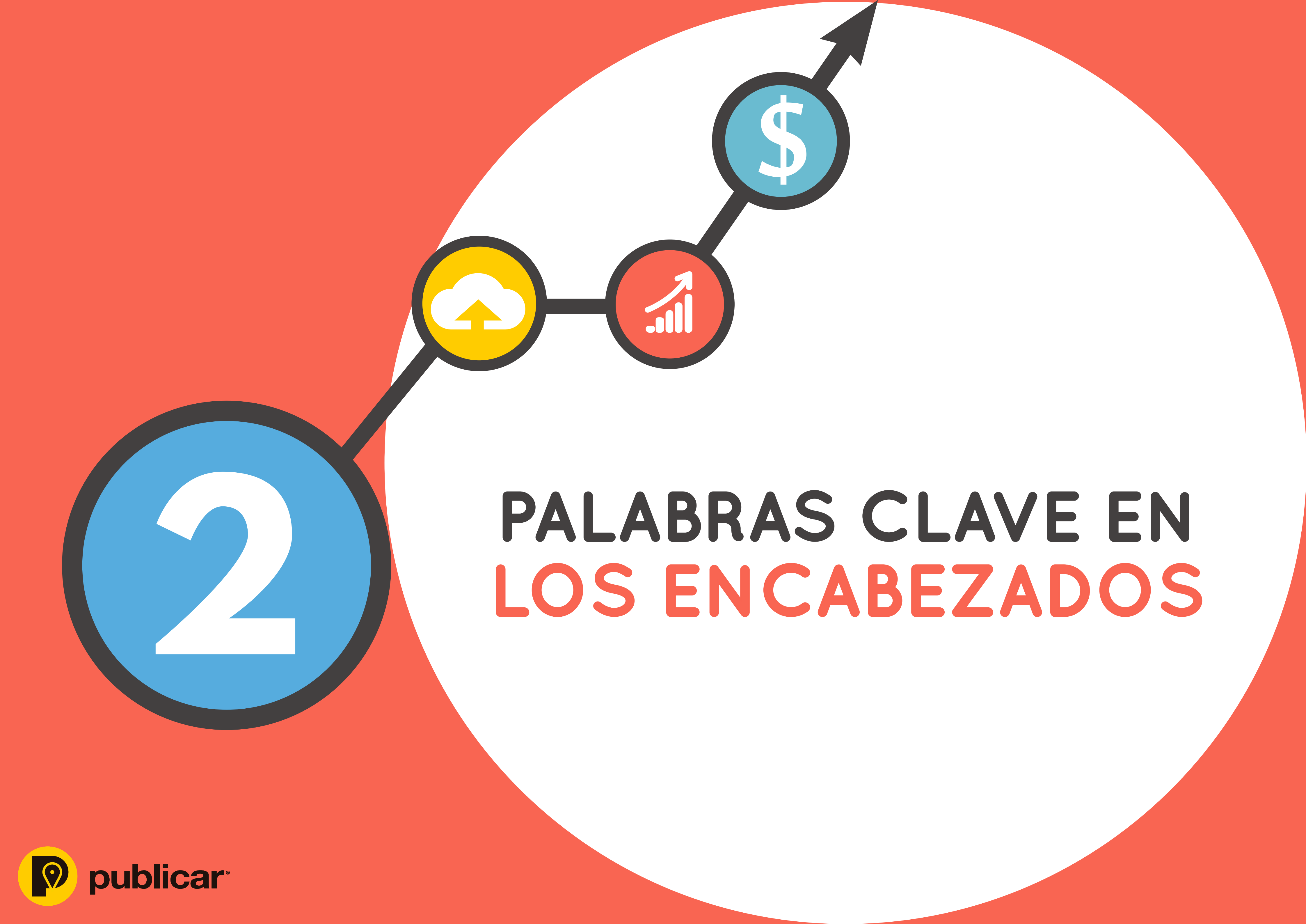
El texto que se emplee como rótulo no debe superar los 70 caracteres. Ser conciso y breve es una doble virtud en la web.





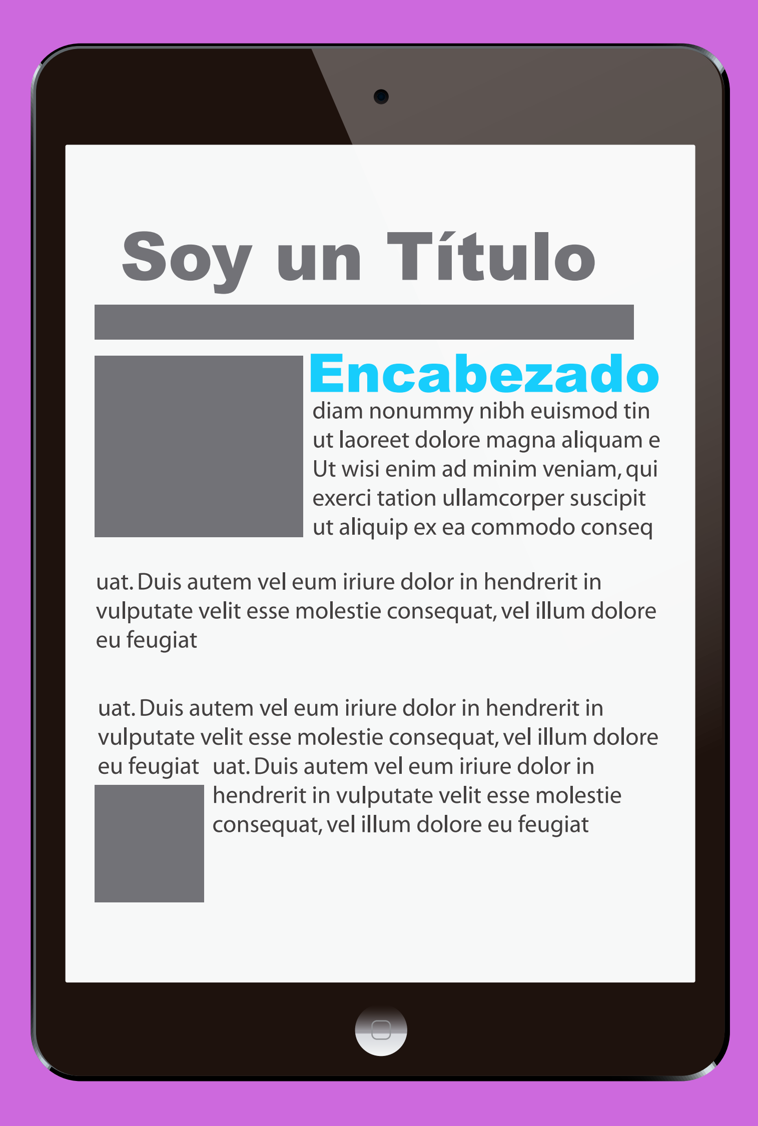
Ejemplo:
Título: **Mejoramos tu vida con nuestros alimentos orgánicos**
Palabraclave: **Mejoramos tu vida**

Además de incluir la palabra clave para que el usuario haga click, es fundamental ser persuasivo y hablar de las virtudes del producto sin venderlo directamente. No piense sólo en Google, concéntrese en su cliente potencial.


2
PALABRAS CLAVE EN
LOS ENCABEZADOS
publicar

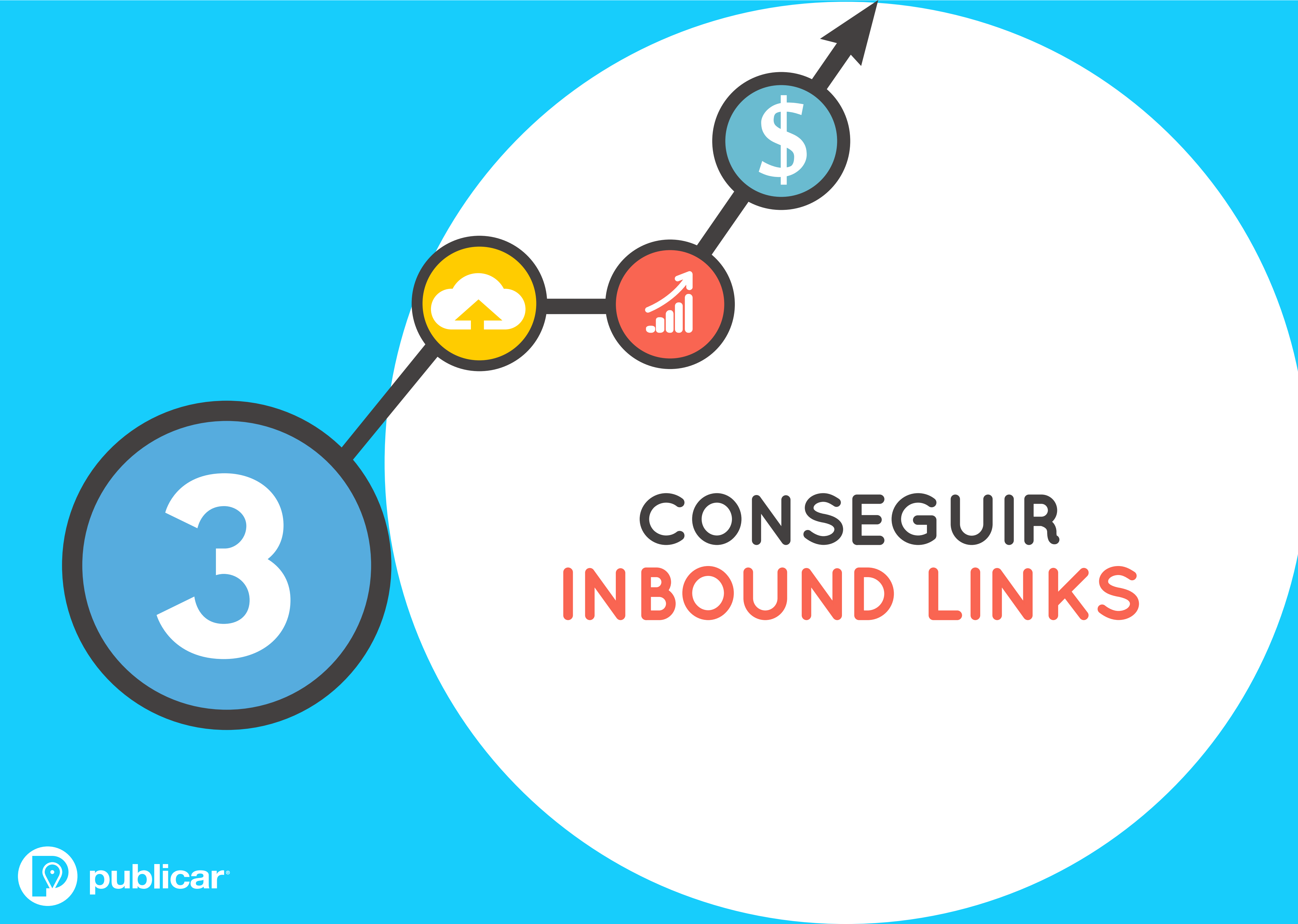


Los encabezados **(conocidos en programación como H1, es decir "header" 1)** son los títulos de los artículos o publicaciones que generamos en un sitio web. Generalmente aparecen resaltados o en negrita y son determinantes para posicionar la web en los motores de búsqueda. Google establece un índice según las palabras que se incluyan en el encabezado.





Para conseguir una adecuada indexación de su sitio es importante que los encabezados contengan palabras clave con las que se quiera relacionar el posicionamiento de su empresa (ejemplo: **una empresa vinculada a la hotelería debe incluir en sus encabezados palabras clave tales como: Alojamiento, económico, mejores precios, etc.)**


3
CONSEGUIR
INBOUND LINKS
publicar



Google es el encargado de establecer los rankings de visitas e impacto de los contenidos digitales y es allí donde su empresa debe empezar a posicionarse. Uno de los criterios que tiene en cuenta Google son los Inbound Links o también conocidos como **"backlinks"** (enlaces entrantes). Estos hacen referencia a las páginas web que han mencionado alguna de las páginas de su sitio y han puesto el link. Para Google lo anterior significa que su contenido es relevante para otros sitios web, por eso lo mencionan.

PÁGINA WEB

publicar

Quiero compartir esta guía

Compartir los contenidos en Redes Sociales es una buena medida para mejor el tráfico en su sitio. Si los usuarios comparten el contenido de su web en blogs o páginas externas las entradas remotas vía link aumentarán.

Una estrategia para aumentar los Inbound Links es intentar que cuentas destacadas **(medios de comunicación, líderes de opinión, organismos u organizaciones)** compartan los contenidos de su sitio web. La viralización es la meta.

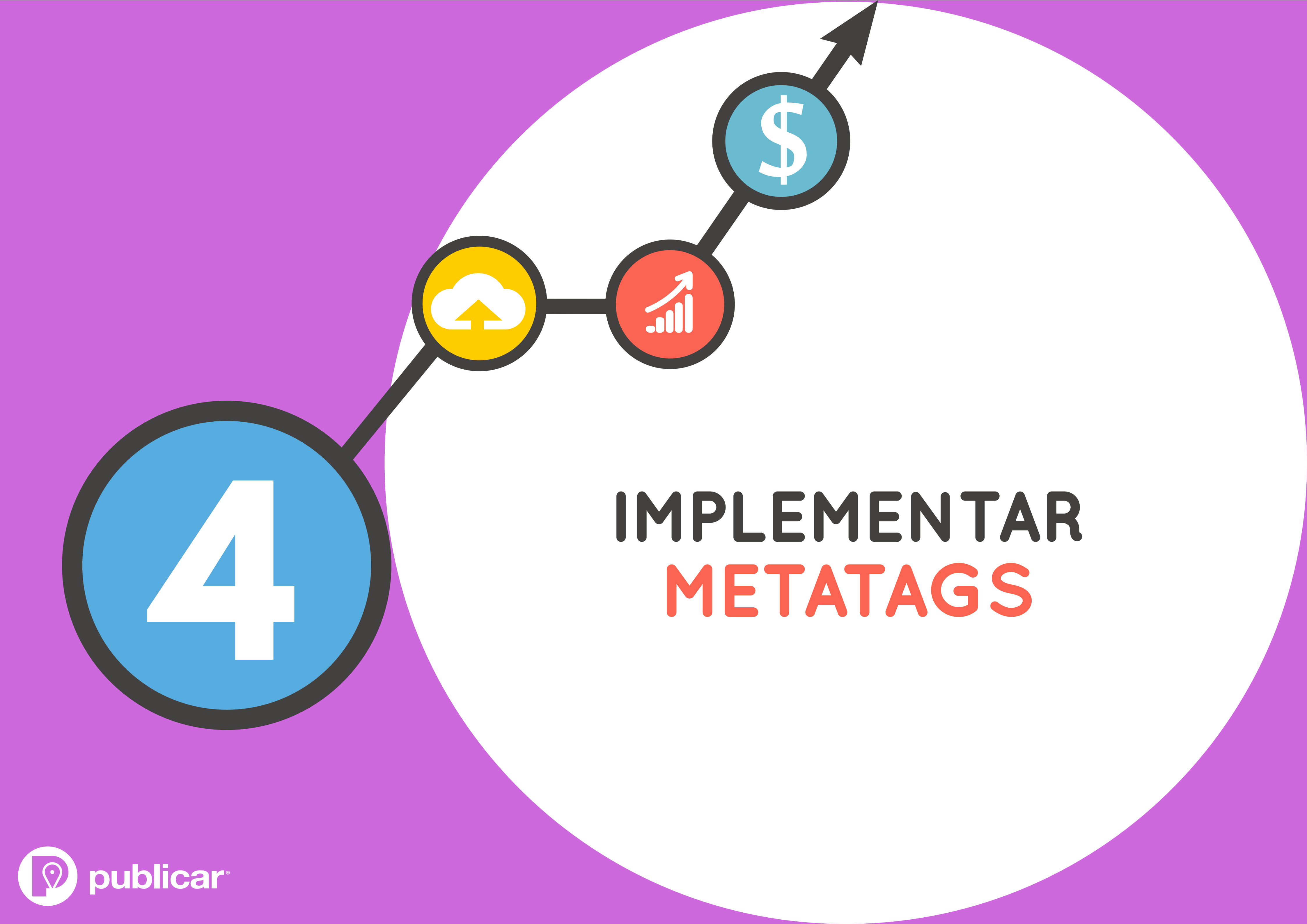




Hacer un comentario en otro sitio de la web **(blog, Twitter, Google +)** incluyendo la dirección url de su propia web, representará una subida importante en los índices de posicionamiento de Google. Según fuentes de Google los links entrantes establecen un **40%** del posicionamiento total de su página en los motores de búsqueda.



publicar

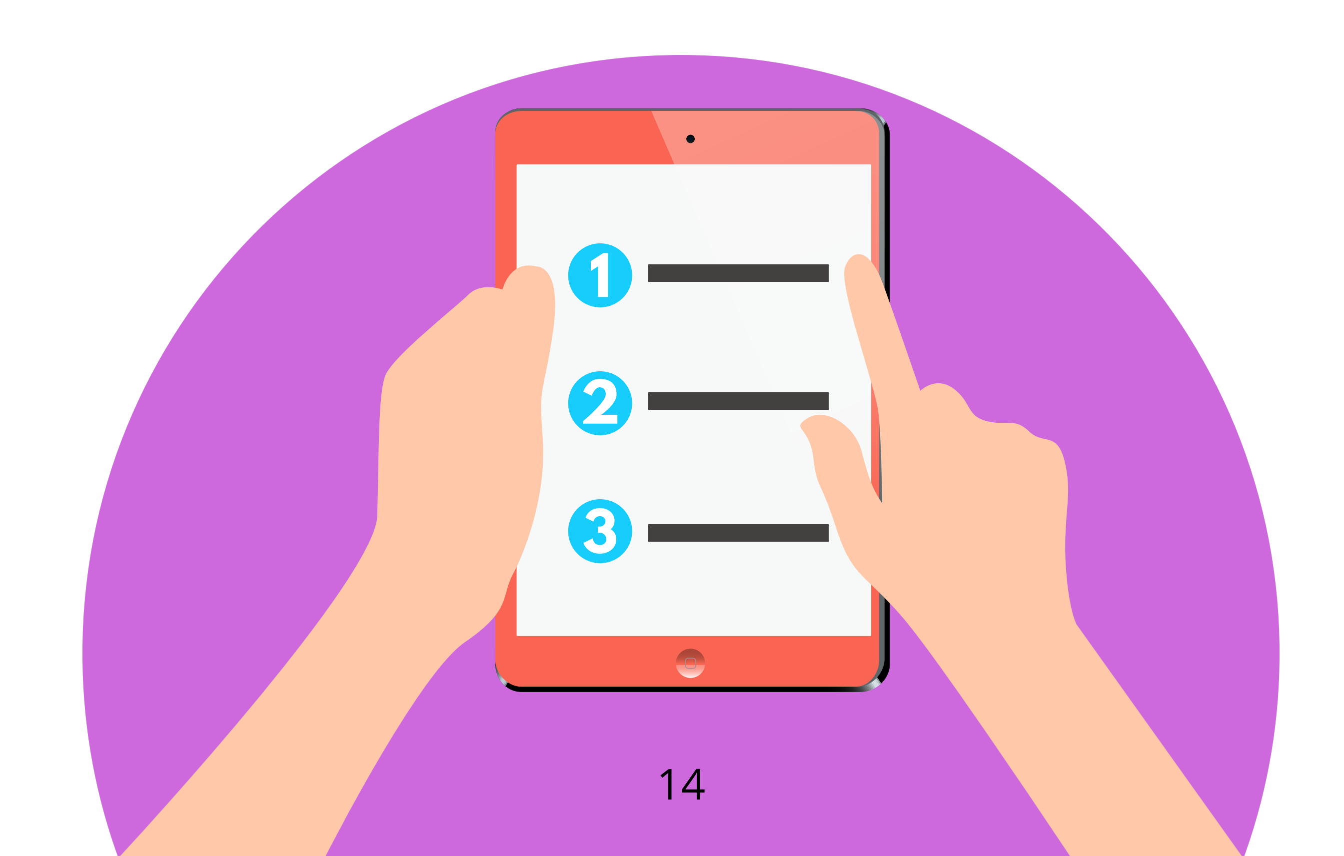

4
IMPLEMENTAR
METATAGS
publicar

Los metatags son el lenguaje mediante el cual nuestro sitio web se comunica con los motores de búsqueda. Estos recursos son etiquetas introducidas en el principio del **código HTML** del sitio web de su empresa. En su mayoría, son invisibles al promedio de los usuarios y solo se hacen manifiestos en el código de la página.





No es necesario ser un experto en programación para incluirlos en la web de su empresa, actualmente existen asistentes y **programas generadores de metatags**. Entre las características que pueden completar en el formulario de la etiqueta aparecen: **Titulo de la página** (como aparecerá en el buscador), **Autor** (nombre del administrador del sitio), **Tema** (descriptivo de la publicación), **Descripción** (Se recomienda que la descripción que se incluya sea breve y enfocada directamente a etiquetas estratégicamente relacionadas al área de operación de su empresa), **Palabras clave, Idioma, Actualización** (determina el tiempo para que los motores de búsqueda regresen a consultar el sitio) y **Robots** (es posible determinar a qué buscadores llegar y a cuáles no)






5
$
OFRECER
CONTENIDOS
RELEVANTES
publicar

Internet es por excelencia el lugar de la sobreinformación. En ese escenario es fundamental que los contenidos que se ofrezcan a la audiencia sean realmente significativos. Es importante determinar cuál es el público objetivo al que su empresa pretende llegar. Conocer a nuestros clientes es indispensable para orientar la producción de contenidos a los intereses específicos del público.



Lo ideal es que una publicación incluya mínimo **600 palabras** y **máximo 800.**

No debe ser muy extensa, pero tampoco corta.

Cuidar los detalles es un valor diferenciador, ortografía y gramática deben ser revisadas al menos 2 veces antes de la publicación.

Un buen post debe, además de informar e innovar, contar una historia.

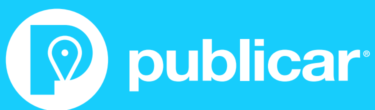
Publicar nuevos contenidos regularmente es transcendental, una página desactualizada reduce el tráfico de usuarios.

Es importante establecer un cronograma de publicación y actualización de los contenidos para fidelizar a los usuarios.



6

ATRIBUTOS ALT EN LAS IMÁGENES





La relevancia es un componente primordial a la hora de generar contenidos para la web. Las imágenes también pueden servir para indexar la web de su empresa en los motores de búsqueda y se hacen por medio de los **Atributos ALT.**

1. Se puede implementar con texto que aparece al arrastrar el mouse sobre, a manera de información.

2. Permiten incluir palabras claves o etiquetas que posicionan la web en los motores de búsqueda.

3. Deben ser un tanto generales y más que describir la foto o el gráfico, pretenden posicionar el contenido a nivel global.



7

INVERSIÓN PUBLICITARIA SEM (SEARCH ENGINE MARKETING)





En el pasado era fundamental que su negocio estuviera localizado en un lugar central y de alta concurrencia. Hoy por hoy, en Internet su empresa debe ubicarse estratégicamente en los motores de búsqueda.



Posicionamiento sem

Web Imágenes Noticias Videos

Cerca de 931,000 resultados (0,24 segundos)

Anuncio
www.posicionamiento.com/
Anuncio Soy un anuncio mejor posicionado que te llevará a mi sitio web

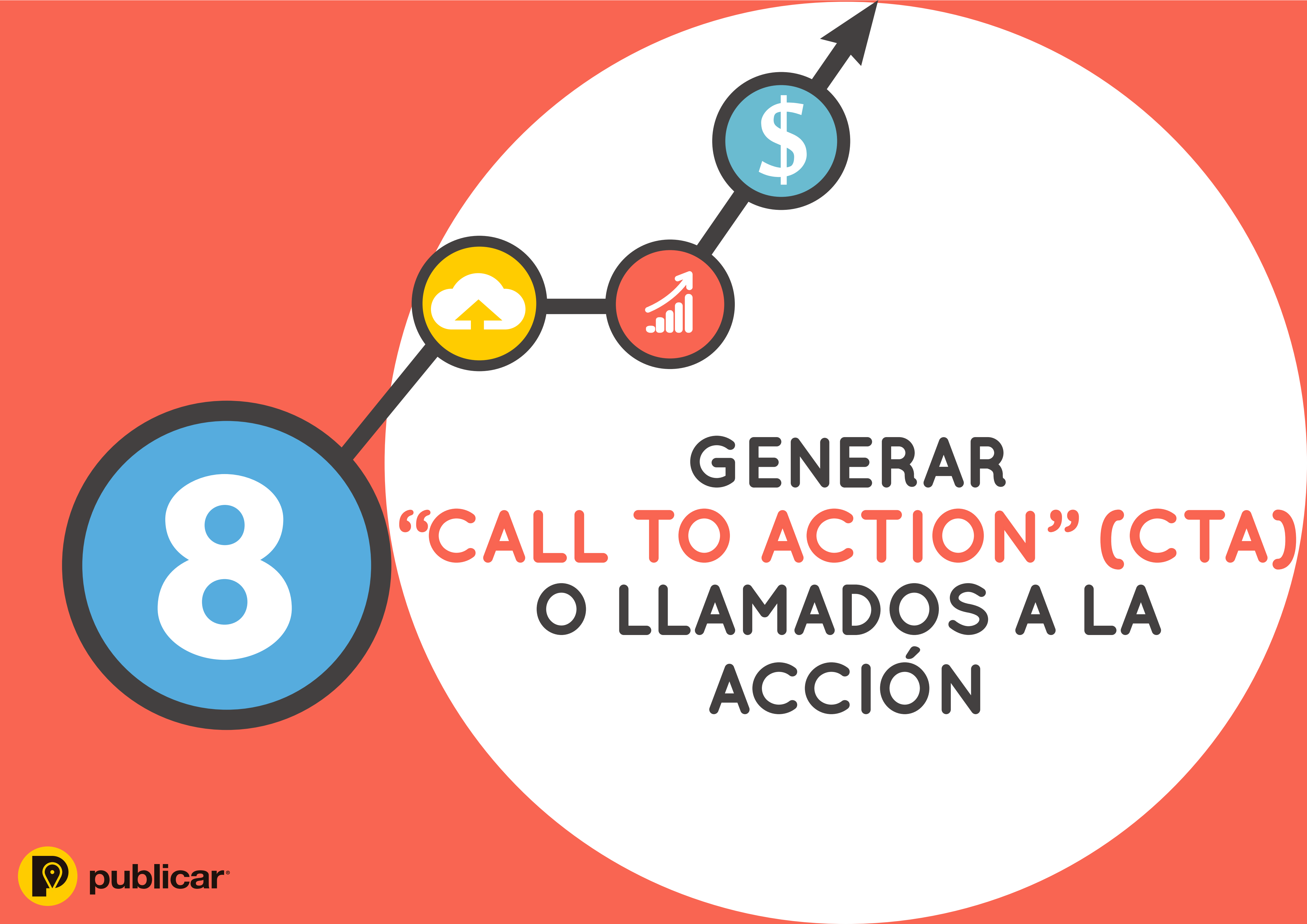
Anuncio2
www.posicionamientosem.com/
Anuncio Accede a nichos de mercado específicos desde un dolar

Google AdWords

El **SEM (Search Engine Marketing)** o **SEA (Search Engine Advertising)** permite posicionar su negocio en los primeros resultados de las búsquedas. Esta inversión se puede realizar mediante la aplicación **Google AdWords** con aportes desde un dólar en adelante. Cuando un internauta realice una búsqueda relacionada a su empresa, sus productos o servicios, un aviso aparecerá como anuncio en la columna derecha que acompaña los resultados de búsqueda.

Pautar en los motores de búsqueda no requiere elevadas inversiones y el cobro se hace por los clics sobre el anuncio. Es decir no importa que miles lo hayan visto, sólo los que se interesaron van a dar clic y por ello usted va a pagar. Los beneficios son altos puesto que se accede a nichos de mercado específicos. Es recomendable empezar con un presupuesto pequeño y analizar paso a paso los resultados.




8
GENERAR
"CALL TO ACTION" (CTA)
O LLAMADOS A LA
ACCIÓN
publicar®





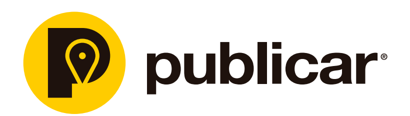
La finalidad de la web 2.0 es la interactividad. Un **"call to action" (CTA)** pretende estimular la respuesta del usuario mediante una palabra o una frase que a través de un banner o un botón genere una acción determinada **(realizar una compra, rellenar una encuesta, dirigirse a un landing page, entre otros)**.

Los expertos recomiendan que los botones o imágenes que generan un **"call to action"** deben tener un diseño llamativo y ser ubicados en la parte izquierda de las webs para asegurar que el usuarios los tengan en cuenta.



En marketing online es necesario incluir llamadas a la acción que induzcan al usuario a realizar una acción del interés de su empresa. Por ejemplo, si un colegio está por cerrar las matrículas y publica un banner esperando que los usuarios den click, es apropiado evitar mensajes como **"Haz click aquí"** y producir una frase que especifique el cierre de los cupos escolares tipo **"últimos cupos"** o **"matrículas abiertas"** En la medida en la que los usuarios generen respuestas el tráfico de la página aumentará y el ranking en los buscadores mejorará.

ÚLTIMOS CUPOS




9
BLOG
CORPORATIVO
publicar



Internet es el espacio apto para segmentar los nichos de mercado y en donde cada día crece el nivel de especialización.
Por ende es clave que usted demuestre que es un experto en el producto/servicio que vende. No sólo la publicidad le ayudará. También es muy útil **(tanto para posicionarse en Google como con su audiencia)** generar contenido periódico que evidencie su conocimiento y ayude a la gente que lo sigue a tomar la mejor decisión de compra. Un blog corporativo le ayudará a incrementar su tráfico y a mantener una relación más cercana con su audiencia.

Una buena táctica consiste en crear un blog en el que escriban líderes de opinión vinculados al área de su empresa.

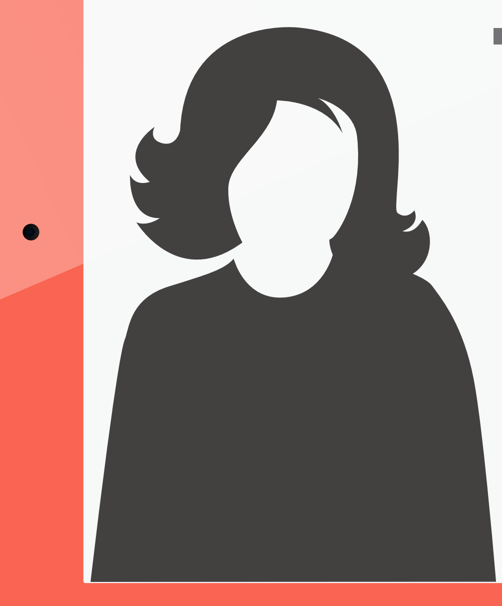
Por ejemplo, una tienda de ropa y accesorios invita a una reconocida periodista para que describa en un post sus impresiones sobre la nueva colección de la marca que saldrá el mes siguiente al mercado.







Otra táctica consiste en la inclusión de un bloguero invitado para intentar viralizar los contenidos de la página y generar tráfico alrededor de una publicación.






10
VINCULAR A
REDES SOCIALES
publicar





Hoy por hoy es sencillo encontrar herramientas **(plugins)** para que los contenidos de una página web puedan ser compartidos y replicados en las redes sociales. En la medida en que sus publicaciones alcancen las redes sociales, la puntuación de su sitio aumentará en los índices de los motores de búsqueda. Si los contenidos son retuiteados o compartidos por otros usuarios, la puntuación mejorará aún más.

Otra alternativa es la de incluir en la página de inicio de su web un timeline que rastree un hashtag del interés particular de su empresa **(ejemplo: una empresa del área de la salud puede monitorear el tag #salud atrayendo otros usuarios a los contenidos de su sitio web)**.

Por último, es obligatorio realizar una **estrategia de Social Media** ajustada al presupuesto y las necesidades de su empresa. Cada vez hay más especialistas en esta área y una buena estrategia de redes sociales es fructífera para cualquier tipo de empresa.



En **Publicar** le brindamos la asesoría y el acompañamiento que su negocio necesita para tener Presencia en múltiples plataformas y llegar a **TODOS** los clientes de su interés.

Pregunte por nuestras campañas de posicionamiento en buscadores y captura de leads.

Contáctenos

¡Gracias por Descargar nuestro ebook!

Ahora lo invitamos a suscribirse a nuestro blog para recibir el mejor contenido de Marketing para Pymes

http://www.publicar.com/blog


publicar®
Publicidad & Soluciones Multimedia